



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

ULB

Flexodruck muss seinen eigenen Weg finden

Dörsam, Edgar

(2005)

DOI (TUprints): <https://doi.org/10.25534/tuprints-00013977>

License:



CC-BY 4.0 International - Creative Commons, Attribution

Publication type: Article

Division: 16 Department of Mechanical Engineering

16 Department of Mechanical Engineering

Original source: <https://tuprints.ulb.tu-darmstadt.de/13977>

Flexodruck muss seinen eigenen Weg finden



Prof. Dr.-Ing. Edgar Dörsam
Technische Universität Darmstadt,
Fachgebiet Druckmaschinen und
Druckverfahren

Nach der vergangenen Proflex lässt sich feststellen: Es bewegt sich momentan sehr viel. Die erzielbare Qualität im Flexodruck hat ein kaum für möglich gehaltenes Niveau erreicht. Aber die Qualitätsniveaus liegen für gleiche Produkte und bei vergleichbaren Maschinen manchmal ganz schön weit auseinander. In Bezug auf die Qualität gibt es Gewinner, aber leider auch Verlierer. Die technischen Innovationen führen zu mehr und mehr industrialisierten Prozessen. Da sehe ich noch zwei Gruppen bei den Maschinenherstellern und Lieferanten: Die einen reden immer noch von ihrer Maschine oder ihrem Produkt, die Technik steht bei solchen Gesprächen oft im Mittelpunkt. Die anderen sprechen bereits von Abläufen, von Organisation, Dienstleistung und Kundennutzen, von Differenzierung über das Schaffen von Mehrwert. Schön und wichtig ist auch: Der Flexodruck wird nicht mehr automatisch als das einzige richtige Druckverfahren hingestellt. Die Konkurrenzsituation wird also von den Flexodruckern verstanden.

Doch da ist auch die Forderung nach immer tieferen Kosten. Zunächst war das auch eine Intension meines Vortrages in Stuttgart: Viele Flexodrucker kennen ihre wirklichen Kosten nicht. Im Vergleich zu anderen Industriezweigen gibt es auch kaum ein Denken in Prozessen und Prozesskosten. Das müssen wir voran bringen. Wenn sich die Produkte nicht mehr genug differenzieren lassen, dann müssen sich die Druckbetriebe durch ihre Prozess- und Kundenorientierung unterscheiden. Welchen Nutzen hat ein Kunde wenn er bei mir bestellt? Kenne ich als Drucker die Sorgen und Nöte meiner Kunden? Wie werden diese sich in Zukunft verändern? Welchen Mehrwert kann ich dem Kunden bieten? Ein wesentlicher Faktor ist daher aus meiner Sicht die Orientierung an den Wertschöpfungsprozessen.

Zur Weiterentwicklung des Verpackungsdrucks beitragen kann auch die Wissenschaft, indem sie Fragen stellt und Vergleiche zu anderen Industriezweigen anstellt. Wir untersuchen beispielsweise gerade in Darmstadt den Einfluss der Globalisierung und des Strukturwandels auf die Druckindustrie. Da gibt es durchaus Gemeinsamkeiten, aus denen man sicherlich auch lernen kann. Außerdem müssen wir erkennen, dass wir auch im Vergleich zu anderen Industrien zu wenig gemeinsame Forschung und Entwicklung betreiben. So hat die Druckindustrie beispielsweise bisher kaum EU-Fördergelder erhalten. Hier gibt es also Potenzial, das wir allen nutzen können.

Ein weiterer wesentlicher Punkt ist das Personal. In vielen Zweigen des produzierenden Gewerbes ist ein Trend zu immer weniger qualifiziertem Personal - man spricht ja schon nicht mehr von Druckern, sondern von Bedienern oder Operateuren - zu erkennen. Generell ist eine Schere zu beobachten: Auf der einen Seite wird sehr hoch qualifiziertes Personal benötigt, Ausbildungsordnungen ändern sich entsprechend. Auf der anderen Seite gibt es sehr viele einfache Tätigkeiten, für die kaum noch eine Ausbildung benötigt wird. Auch bei sehr gut ausgebildetem Personal veraltet das Wissen sehr schnell, so dass Weiterbildungsmaßnahmen notwendig werden. Hier kommt der DFTA eine tragende Rolle zu, bedarfsgerechte Kurse und Qualifizierungen für die Flexobranche anzubieten, sei es zentral in Stuttgart oder vor Ort bei den Druckbetrieben.

Was die grössten Herausforderungen der Zukunft sein werden, ist kaum abzuschätzen. Wir müssen in Europa unseren eigenen Weg in der globalisierten und digitalen Welt finden. Eine zentrale Frage dabei ist, wie wir von dem bisherigen Besitzstandsdenken wegkommen. Wenn sich immer mehr Produktion in andere Regionen verlagert, dann müssen wir durch eine ausgezeichnete Ausbildung, durch Innovationskraft und erstklassige Dienstleistungen glänzen. Lassen Sie uns erhobenen Hauptes nach vorne blicken und uns fragen, was wir besser machen können. Das gilt auch für den Flexodruck.

Prof. Dr.-Ing. Edgar Dörsam